

Kielce, 17.06.2016 r.

INFORMACJA

dla Wykonawców nr 1

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego

„Przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej w mediach społecznościowych oraz analiza jej skuteczności”

Zamawiający działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2015 r. poz. 2164 – dalej ustawa) udziela odpowiedzi na zadane pytanie

Pytanie 1:

Czy Zamawiający posiada już swój fanpage na Facebooku czy ma zakładać i zaczynać od samego początku? Jeśli posiada, to prosimy o podanie nazwy/linku.

Odpowiedź:

TAK.

<https://www.facebook.com/TechnoparkBiznesHub/>

Pytanie 2:

Co Zamawiający rozumie poprzez „liczbę unikalnych użytkowników profilu kampanii w mediach społecznościowych”? Czy chodzi o wszystkich nowych fanów/obserwujących? Czy wykonawca musi podać wartość ponad wymagane w SIWZ?

Odpowiedź:

TAK. Jest to liczba unikalnych użytkowników profilu kampanii w mediach społecznościowych, które osiągnie wykonawca **od momentu rozpoczęcia kampanii do momentu oddania Zamawiającemu końcowego raportu zbiorczego**, czyli **liczba nowych fanów/obserwujących z grupy docelowej projektu**. Jest to jedno z kryteriów oceny oferty. W przypadku nie wskazania w formularzu unikalnych użytkowników, Zamawiający przyjmie, iż Wykonawca nie otrzymuje w tej kategorii punktów.

Pytanie 3:

Czy wymagane jest tylko korzystanie z Shutterstocka? Czy można z innych baz zdjęć np. fotolii?

Odpowiedź:

TAK. Można korzystać z innych baz zdjęciowych. Zamawiający wskazał Shutterstock jako przykładowy można korzystać z równoważnych baz.

DYREKTOR
Szymon Mazurkiewicz